El proceso emprendedor



Guía rápida para jóvenes con iniciativa

María del Mar Fuentes Fuentes
Coordinadora General Emprendimiento UGR
Vicerrectorado de Estudiantes y Empleabilidad

UGR Emprendedora

UGR EMPRENDEDORA

- **COMING SOON…**

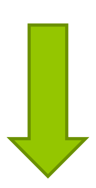
DATOS DE CONTACTO: saraalonso@ugr.es

LA WEB PARA ESTAR INFORMADO DE TODAS LAS ACTIVIDADES QUE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA ESTÁ PREPARANDO PARA TI SOBRE EMPRENDIMIENTO

PRÓXIMAS ACTIVIDADES:

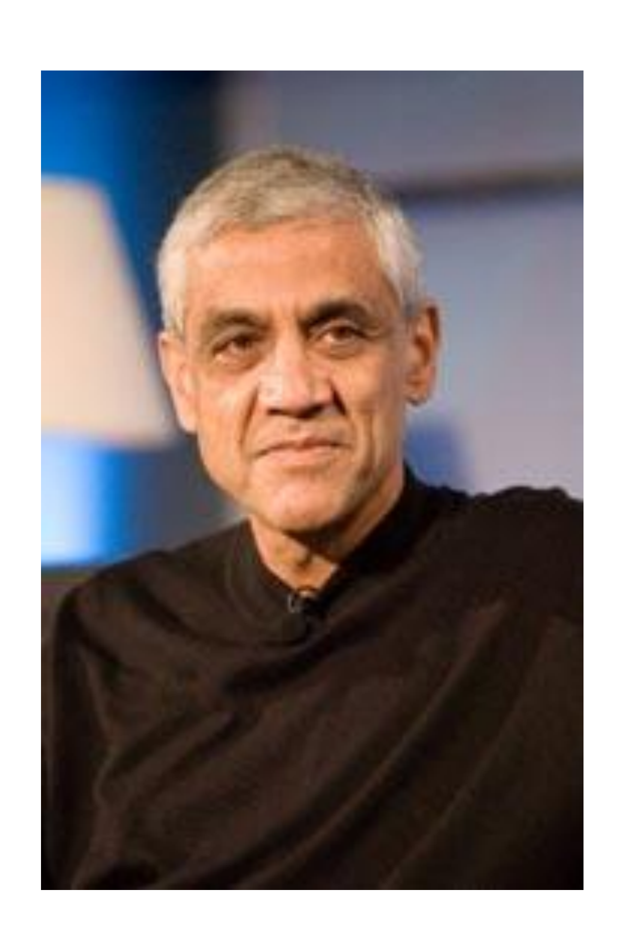
- PROGRAMA YUZZ: yuzz.org (YA!) BANCO SANTANDER
- PROGRAMA TALENTO EMPRENDEDOR UGR(MARZO)
- FORO DE EMPRENDIMIENTO UGR (ABRIL-MAYO)
- PREMIO DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO (MAYO)

PUNTO DE PARTIDA



¿Qué es un emprendedor/a?
¿Cómo piensas/actúan los emprendedores/as?
¿Cuál es el ámbito para el emprendimiento?

Vinod Khosla, el rey de las inversiones verdes de Silicon Valley



Fundador y Ex- CEO de Sun Microsystems

Una cosa que quisiera decir…Para mi, cada gran problema es una gran oportunidad.

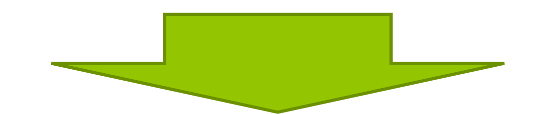
Pensad en eso, si no hay problemas, no hay soluciones y no hay oportunidades. Muy simple…

…Si tú no tienes un gran problema, no tienes una gran oportunidad.

Nadie te pagará por resolver un problema que no existe.

Primera idea…

La esencia del emprendimiento está en el reconocimiento/creación de oportunidades valiosas y lograrlas con los recursos que se tienen o se pueden conseguir



Los emprendedores son personas capaces de:

- ***Buscar soluciones a los "problemas" de la gente***
- ***Saber utilizar los recursos que hay a su alcance***
- ***Saber cómo hacerse con los recursos no disponibles***

Bill Drayton, Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional 2011



Fundador de Ashoka: Innovators for the Public, Asociación de emprendedores sociales en la que hombres y mujeres aportan soluciones para los problemas más urgentes del planeta.

Emprendedores sociales son aquellos individuos que combinan los métodos pragmáticos y orientados a resultados de un empresario con los objetivos de un reformador social.

NEEMLAND ECOSYSTEM (Caso de Profs. Francisco García y Carmen Ruiz)



- Su idea empresarial es un medio para ganarse la vida pero que es imposible separar de un objetivo más social:
- *"…la motivación inicial era y sigue siendo la de satisfacer una necesidad (mejora medioambiental, alimentación sana, producción sostenible, rentabilidad) social y medioambiental por medio de un proyecto empresarial".*

Ibrahima Sarr
Egresado de la Universidad de la Laguna

NEEMLAND ECOSYSTEM

Proceso productivo del pesticida ecológico a partir de la semilla del neen

Secado y preselección



Recolección de la semilla de Neem



Separación de la cáscara de la semilla de Neem



Prensado de la semilla con prensa manual



Envases del aceite

Segunda idea…

El emprendimiento va más allá del valor económico.

La esencia del emprendimiento es la creación de valor, pero no sólo económico, también social y personal. Emprendimiento también es cambio social



*Existen **diferentes ámbitos y finalidades** del comportamiento emprendedor*

Tercera idea…

El emprendimiento no se limita a la puesta en marcha de nuevas empresas.

↓

Se puede ser emprendedor dentro de las empresas u organizaciones que ya existen. Incluso en lo más cotidiano de nuestras vidas.

Intraemprendimiento

Ser emprendedor

- ¿A qué renuncio por una empresa?
- ¿Qué obtengo a cambio?
- ¿Tengo las cualidades personales necesarias?
- ¿Tengo los conocimientos necesarios?
- ¿Es el momento?



¿A qué renuncio por una empresa?

- Si eres un asalariado
  - Un nivel de renta conocido
  - Un horario laboral acotado y vacaciones establecidas
  - Los derechos sociales de los asalariados
  - Compañeros de trabajo
  - Seguridad laboral
  - Un nivel de stress “limitado”.

¿Qué obtengo a cambio?

- Autonomía
- Satisfacción personal
- Alcanzar un reto
- Posibilidad de enriquecimiento económico





ESPÍRITU EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

Intenciones emprendedoras y de elección de carrera

María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora), Federico Pérez Valencia, Matilde Ruiz Arroyo, Carlos Antonio Albacete Sáez, Ana María Bojica, Jenny María Ruiz Jiménez









Edición 2013/2014 Guesss

Nivel internacional:

759 universidades de 34 países (109.026 estudiantes).

- Nivel nacional:

Primera vez que participan universidades españolas, un total de 21 (10.545 estudiantes).

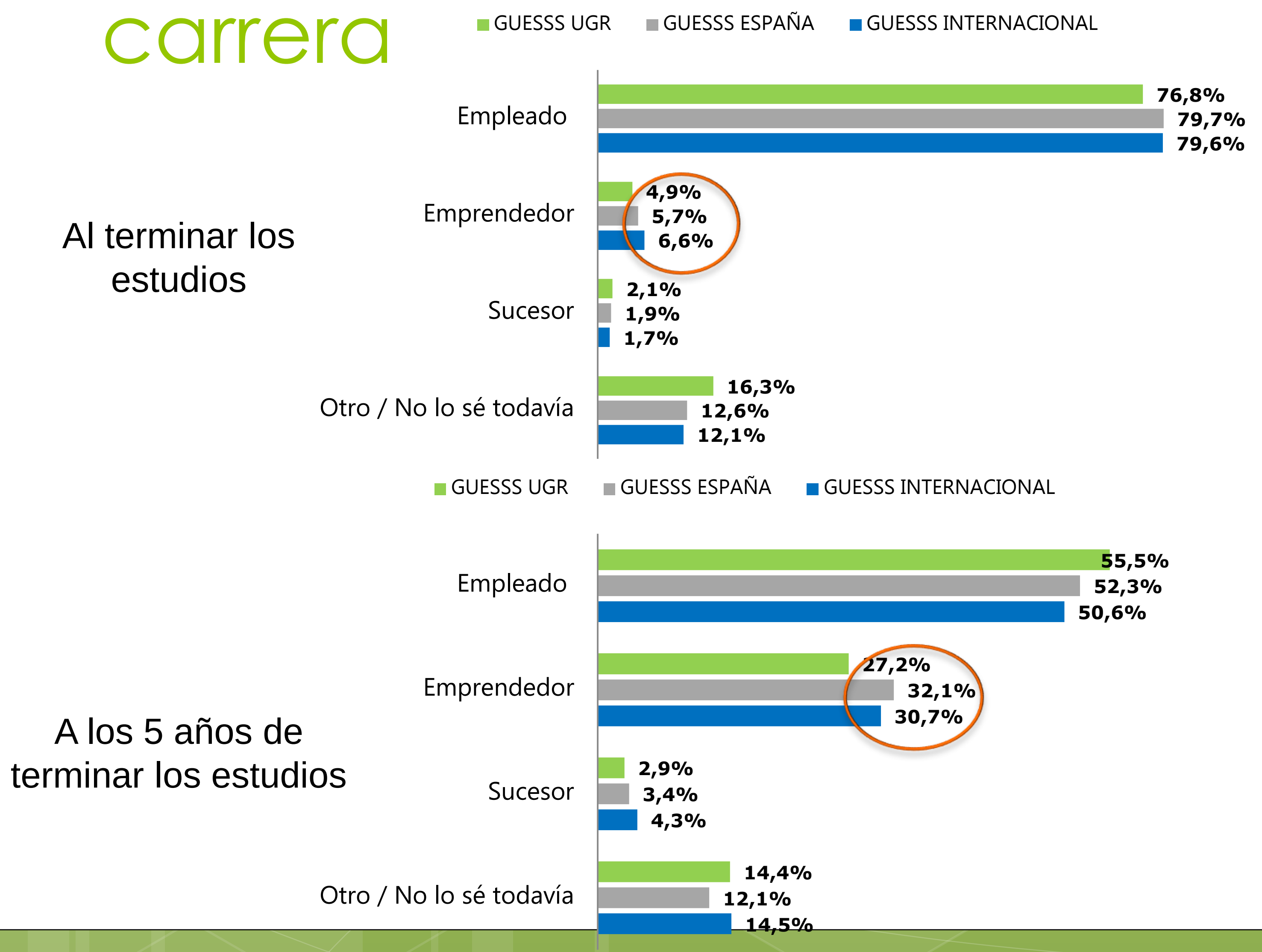
- Universidad de Granada

847 estudiantes

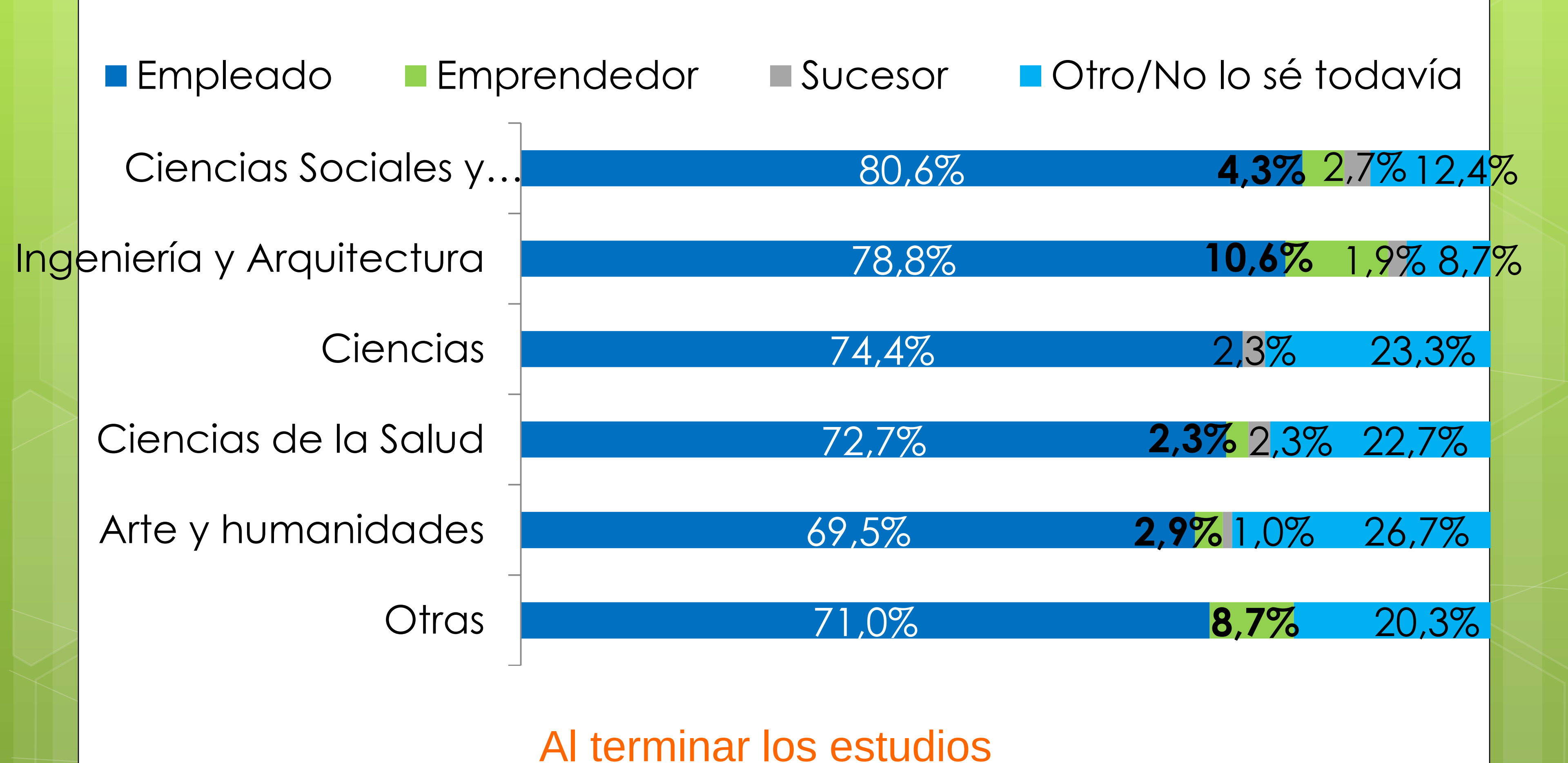
Expectativas de elección de carrera

	Al terminar los estudios	5 años después
Empleado	**76,8%**	**55,5%**
un empleado en una pequeña empresa (1-49 empleados)	21,2%	3,2%
un empleado en una mediana empresa (50-249 empleados)	19,0%	5,1%
un empleado en una gran empresa (250 o más empleados)	10,9%	20,9%
un empleado en una organización sin fines de lucro (ONG)	4,1%	1,9%
un empleado en la Academia (seguir una carrera académica)	10,3%	3,6%
un empleado en el servicio público	11,4%	20,8%
Emprendedor	**4,9%**	**27,2%**
un fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa	4,9%	27,2%
Sucesor	**2,1%**	**2,9%**
un sucesor en la empresa de mis padres o de mi familia	1,9%	1,2%
un sucesor en una empresa actualmente no controlada por mi familia	0,1%	1,8%
Otro / No lo he decidido aún	**16,3%**	**14,4%**

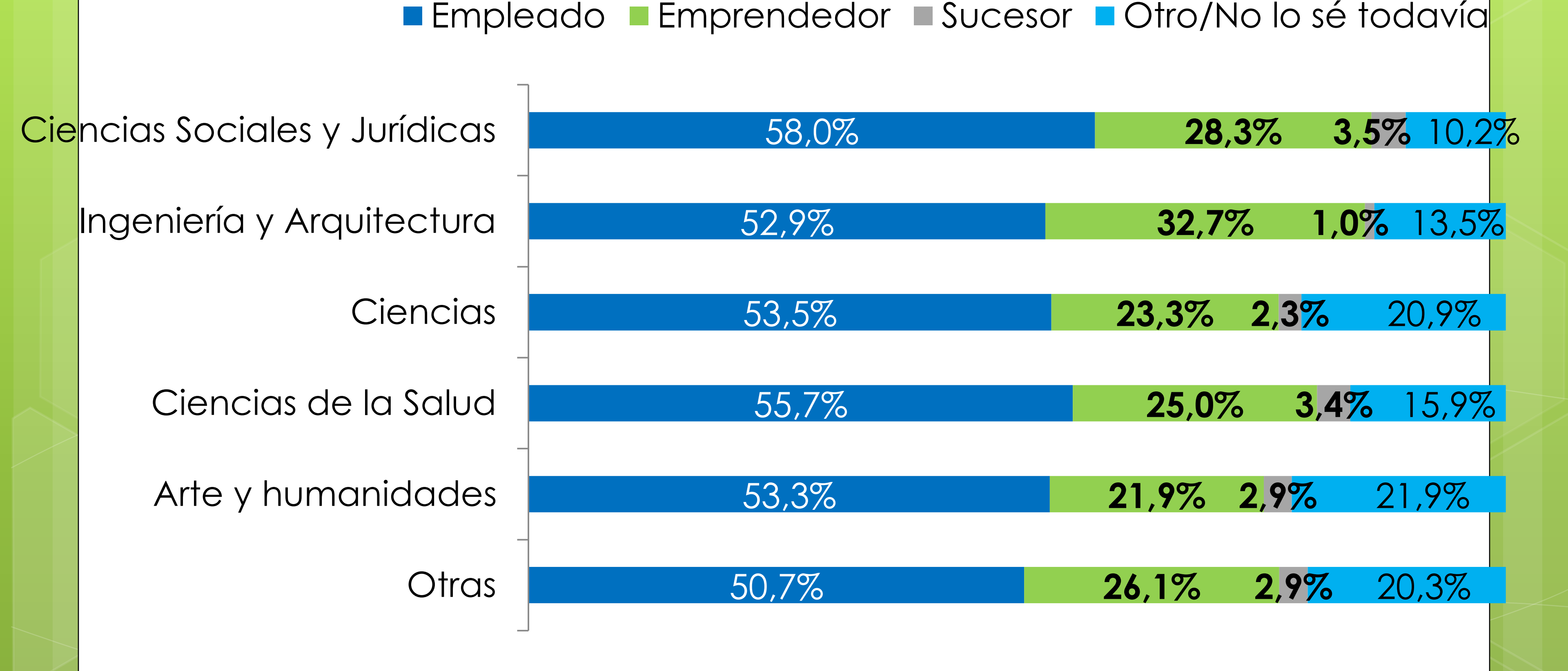
Expectativas de elección de carrera



Por áreas de conocimiento

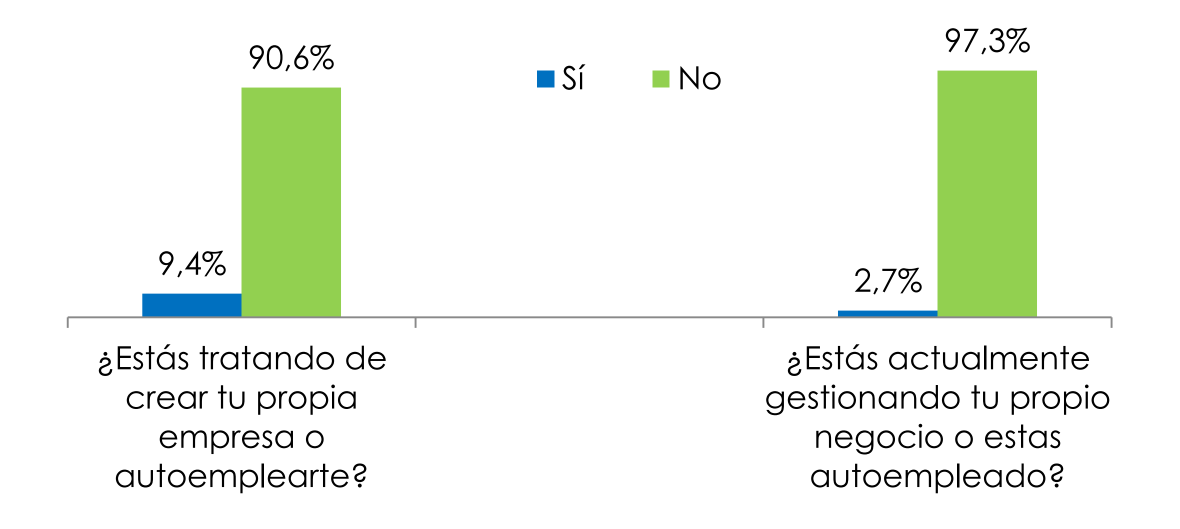


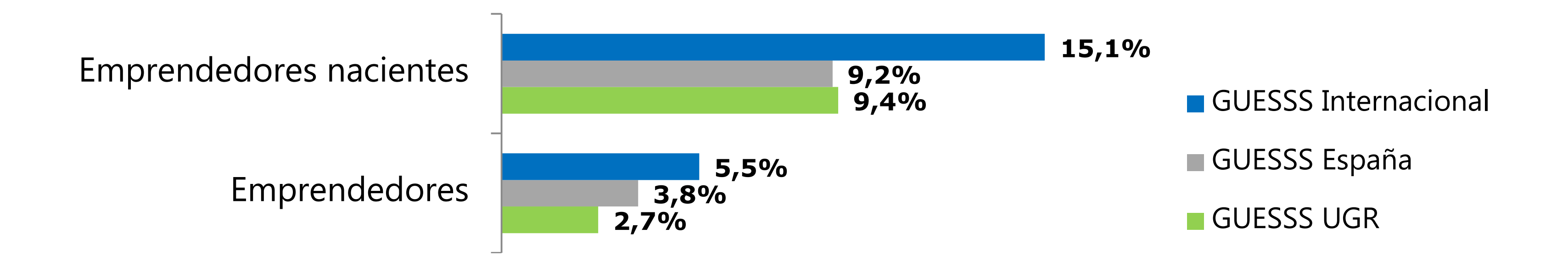
Por áreas de conocimiento



A los 5 años de terminar los estudios

Emprendedores nacientes



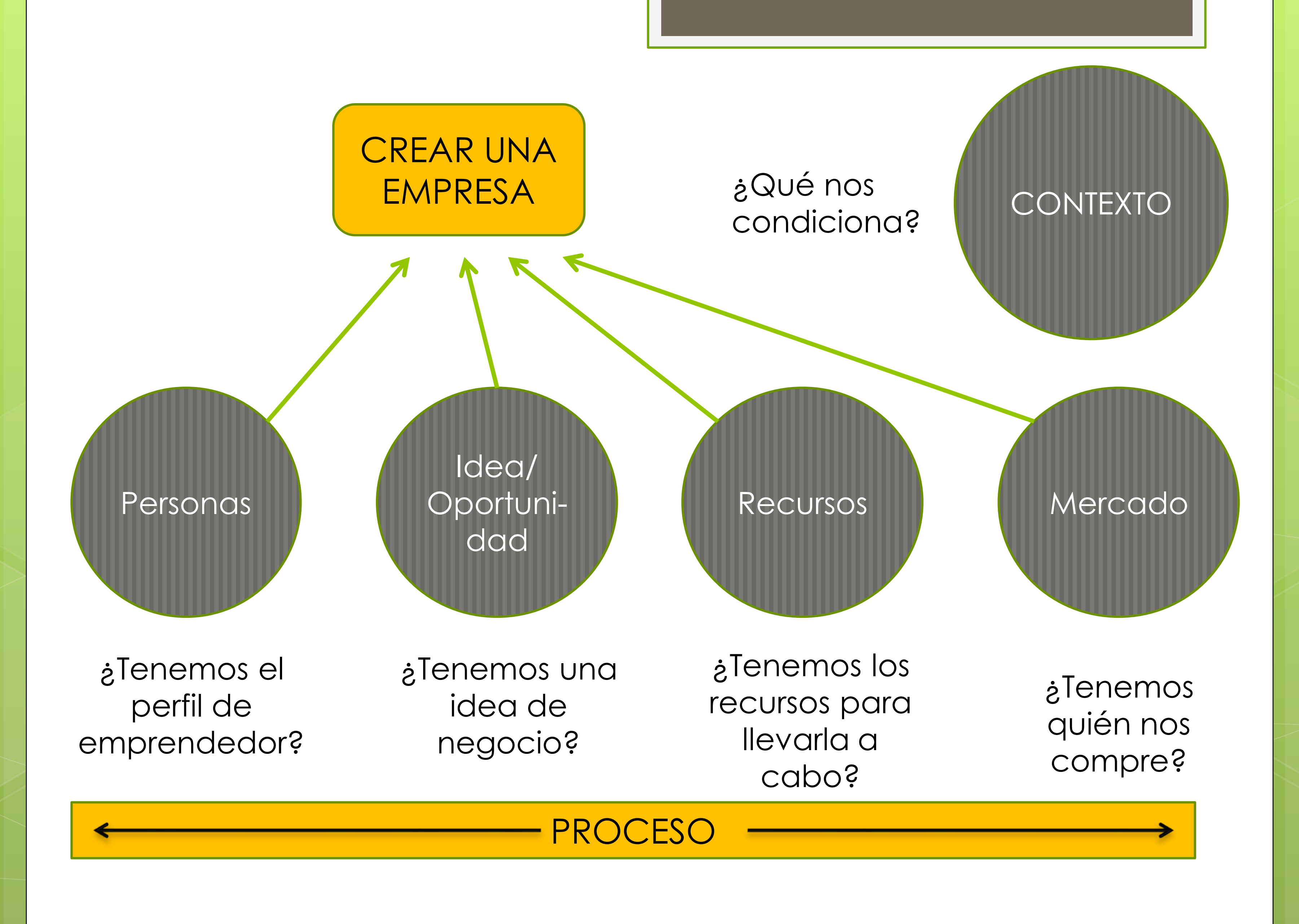


Características de los emprendedores nacientes UGR

- FASE:
  - Información de los mercados o los competidores (70,5%)
  - Discutiendo su idea de negocio con clientes potenciales (47,7%).

- INNOVACIÓN:
  - Los productos o servicios serán nuevos para la mayoría de los clientes (57,4%).
  - Totalmente nuevos (10,6%).

- AREAS DE CONOCIMIENTO:
  - Negocios y Administración (28,3%).
  - Ciencias Sociales (no incluye economía ni jurídicas) (19,6%).
  - Economía (13%).
  - Ingeniería y Arquitectura (10,9%).
- SECTORES:
  - Educación y Capacitación/Formación (21,7%).
  - TICs (15,2%).
  - Comercio (15,2%).
  - Consultoría (13%).



PROCESO EMPRENDEDOR
CREAR UNA EMPRESA
¿Qué nos condiciona?
CONTEXTO
Personas
Idea/ Oportuni-dad
Recursos
Mercado
¿Tenemos el perfil de emprendedor?
¿Tenemos una idea de negocio?
¿Tenemos los recursos para llevarla a cabo?
¿Tenemos quién nos compre?
PROCESO

¿Tenemos un perfil de emprendedor?

- Buena noticia: no hay perfil ni prototipo
  - Hay características que ayudan, pero en todos los ámbitos….
  - Capacidades que necesitas desarrollar según el caso

PREMISA DE PARTIDA

MOTIVACIÓN

Ganas, ilusión, deseo

- Necesidad de independencia
- Logro/triunfo
- Etc.

MOTIVO

El detonante

- Desempleo
- Empresa familia
- Oportunidad
- Etc.

Características personales que te ayudarán

- Ser una persona positiva
- Persistencia
- Resilencia
- Con orientación a asumir riesgos (incertidumbre)
- **Confianza en uno mismo**

¿Qué capacidades deberemos desarrollar?

- PERSONALES
- TÉCNICAS
- EMPRESARIALES/GESTIÓN

Las capacidades se pueden adquirir/aprender. En el caso de las personales, es cuestión de ponerlas en práctica

Capacidades personales

- Liderazgo
- Capacidad de comunicación
- Creatividad
- Capacidades sociales
- Trabajo en equipo

Capacidades técnicas

- Específicas relacionadas con el producto o servicio
- Tecnología y procesos tecnológicos

Capacidades empresariales/gestión

- Áreas de gestión: financiera, comercial, operaciones, personal, estrategia, análisis sectorial, etc.
- Conocimiento fiscal, administrativo y contable.
- Gestión de proyectos y personas
- Cultura empresarial

¿Solos o acompañados?

Mejor en equipo, pero no vale cualquier tipo de socio…

↓

Más vale solo que mal acompañado

Cuestiones a tener en cuenta

- Tipos de socios: capitalistas y ejecutivos
- Selección de los socios: los socios y el equipo perfectos
- Reparto de acciones
- Pacto entre socios

Tipos de socios

- **Capitalistas:**
  - Entorno 3Fs: *Family, Friends and Fools*.
  - Profesionales: *business angels*

  - Aporta dinero a cambio de acciones (ojo!!)
  - Salida

Tipos de socios

- **Ejecutivos**: Participan trabajando en la empresa a cambio de acciones.
- Es una manera de tener especialistas sin contratar a nadie. OJO!! Estamos "compartiendo" una parte de nuestra empresa.

Selección de los socios

Socio perfecto:

- Complementario en puntos fuertes y débiles.
- Comparte la misma visión del proyecto: objetivos, esfuerzo, compromiso y capacidad de riesgo.
- Tiene tú mismo ritmo (OJO a diferentes dedicaciones).
- Permite la retroalimentación y la complicidad.
- Tiene los mismos valores personales.

Selección de los socios

Equipo ideal:

- Personas con perfiles complementarios pero con sinergias en común.
- Deben aportar conocimientos, habilidades o experiencias distintas.
- Entre 2 y 4 personas.
- Reparto de Roles y funciones:
  - - Líder emprendedor (CEO)=> cualidades.
  - - Director comercial y director de marketing.
  - - Director de operaciones (CTO).
  - - Director financiero.
- Compartir compromiso financiero.
- Compatibilidades personales.

Reparto de acciones

- ¿Todos iguales? ¿Las mismas acciones?
- NO.
- Puede depender de:
  - Valor aportado.
  - Inversión y riesgo asumido.
  - Aportación de la idea o activos
  - Liderazgo.
  - *Networking* y contactos.

Acuerdos entre socios

- Reglas del juego:
  - Permanencia, compromiso y salarios.
  - Regulación de no competencia o exclusividad.
  - Transmisión de las acciones.
  - Derechos de veto.
  - Reparto de beneficios.
  - Etc.

La oportunidad/idea

DESMITIFICANDO:

- No hay ideas buenas o malas
- Las ideas suelen cambiar, evolucionar…
- Las ideas se buscan o se crean

¿Dónde buscar ideas¿ ¿Cómo se crean ideas?

EN NOSOTROS MISMOS

EN EL ENTORNO

EN LOS PRODUCTOS/SERVICIOS /PROCESOS QUE YA HAY

En nosotros mismos

- El intereses personales
- *Hobbies*
- La experiencia laboral
- La propia formación
- La tradición familiar
- Inventos

En el entorno

- Cambios demográficos
- Cambios en el nivel educativo
- Cambios en el tiempo libre
- Cambios en la forma de vida
- Cambios en la actividad laboral de la mujer u otros colectivos
- Cambios en el nivel de vida
- Avances científicos y tecnológicos
  - http://www.oepm.es/es/index.html

En productos, mercados y procesos que ya existen

- Nuevos modelos de negocios
- Cambios en productos y servicios existentes
- Canales de distribución
- Formas de comercialización
- Cambios en procesos internos

- http://rodia.es/web/index.php
- Esparta Design SL



Rodia, zapatillas con olor a azahar

Pon a prueba tu idea!

- Cuéntala!
- Asume las “críticas”y analiza el *feed-back*
- Reformula si es necesario
- Explora las nuevas opciones

Test rápido para el concepto de idea/oportunidad

- ¿Qué problema resuelve? o ¿Qué necesidad satisface?
- ¿Cómo de novedosa es? ¿Hay algo igual o parecido?
- ¿A quién le interesa? ¿Quién la compraría?
- ¿Qué valor aporta?



¿Cuál es la mejor idea?

¡¡¡La que te apasiona!!!

Siempre parece imposible … hasta que se hace.
Nelson Mandela

¿Tenemos los recursos para llevarla a cabo?

- Capital humano ➔ EMPREDEDOR/EQUIPO
  - Características, capacidades y experiencias

- Capital financiero
- Capital social (*networking*)

Capital financiero

- 1. Recursos del emprendedor (fondos personales): ahorros, tarjetas de crédito, préstamos personales, hipotecas, etc. Sin una aportación de fondos personales, es difícil obtener financiación externa adicional.
- 2. Familiares y amigos. Hay que valorar los pros y contras. (*friends, family and fools*)
- 3. *Business angels*.
- 4. Empresas de capital riesgo (*venture capital*).
- 5. CROWDFUNDING:
  - http://www.crowdacy.com/crowdfunding-espana/

Capital social (*networking*)



Las redes de contactos proporcionan un mejor acceso a recursos, información y credibilidad.

¿Cuál es tu red y cómo es?



- Tamaño
- Tipo de contactos
- Variedad de los contactos
- Tú posición en la red

¿Cómo de grande y rentable el mercado ?

Tamaño y tipo del mercado

Clientes potenciales:

- Segmentos más interesados
- La capacidad de compra

Competencia

Modelos de negocio

Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor

Generación de modelos de negocio

Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores

Autores
Alexander Osterwalder e Yves Pigneur

Traducción
Lara Vázquez

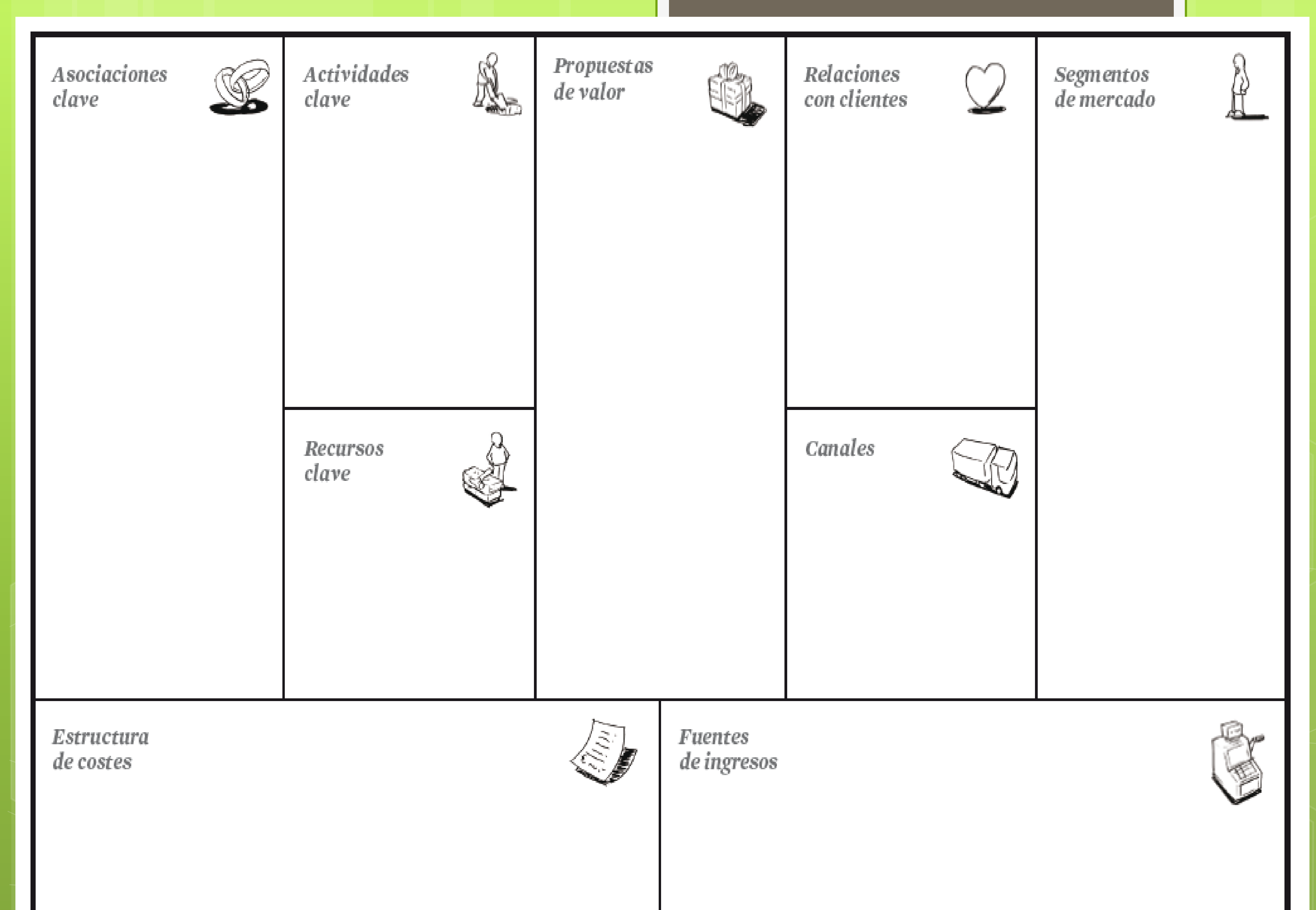
Diseño
Alan Smith, The Movement

Editor y coautor colaborador
Tim Clark

Producción
Patrick van der Pijl

Creado con la colaboración de un grupo excepcional
formado por 470 profesionales de 45 países

DEUSTO



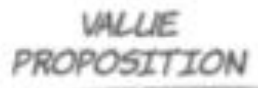
Asociaciones clave
Actividades clave
Recursos clave
Propuestas de valor
Relaciones con clientes
Canales
Segmentos de mercado
Estructura de costes
Fuentes de ingresos

STRATEGIC PARTNERS



KEY ACTIVITIES





VALUE PROPOSITION



CUSTOMER RELATIONSHIP



CUSTOMER SEGMENT



KEY RESOURCES



DISTRIBUTION CHANNELS





COST







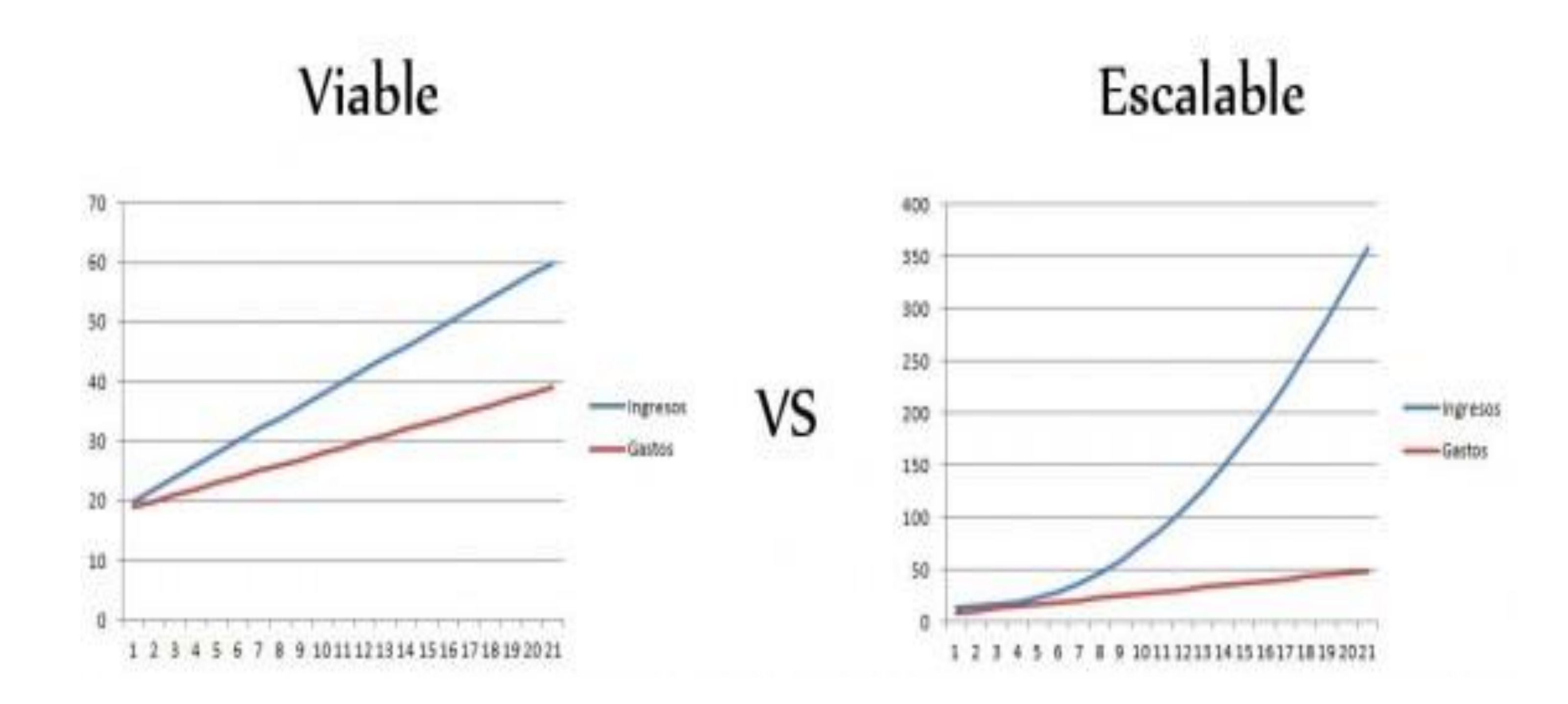
REVENUES



Escalabilidad

- ¿Es posible, en términos técnicos y financieros, que tu idea de producto o servicio se produzca y distribuya a gran escala?
- Si es un servicio, ¿cómo piensas "replicarlo" para llevarlo al gran mercado?

Viable / Escalable



¿Qué nos favorece o limita?

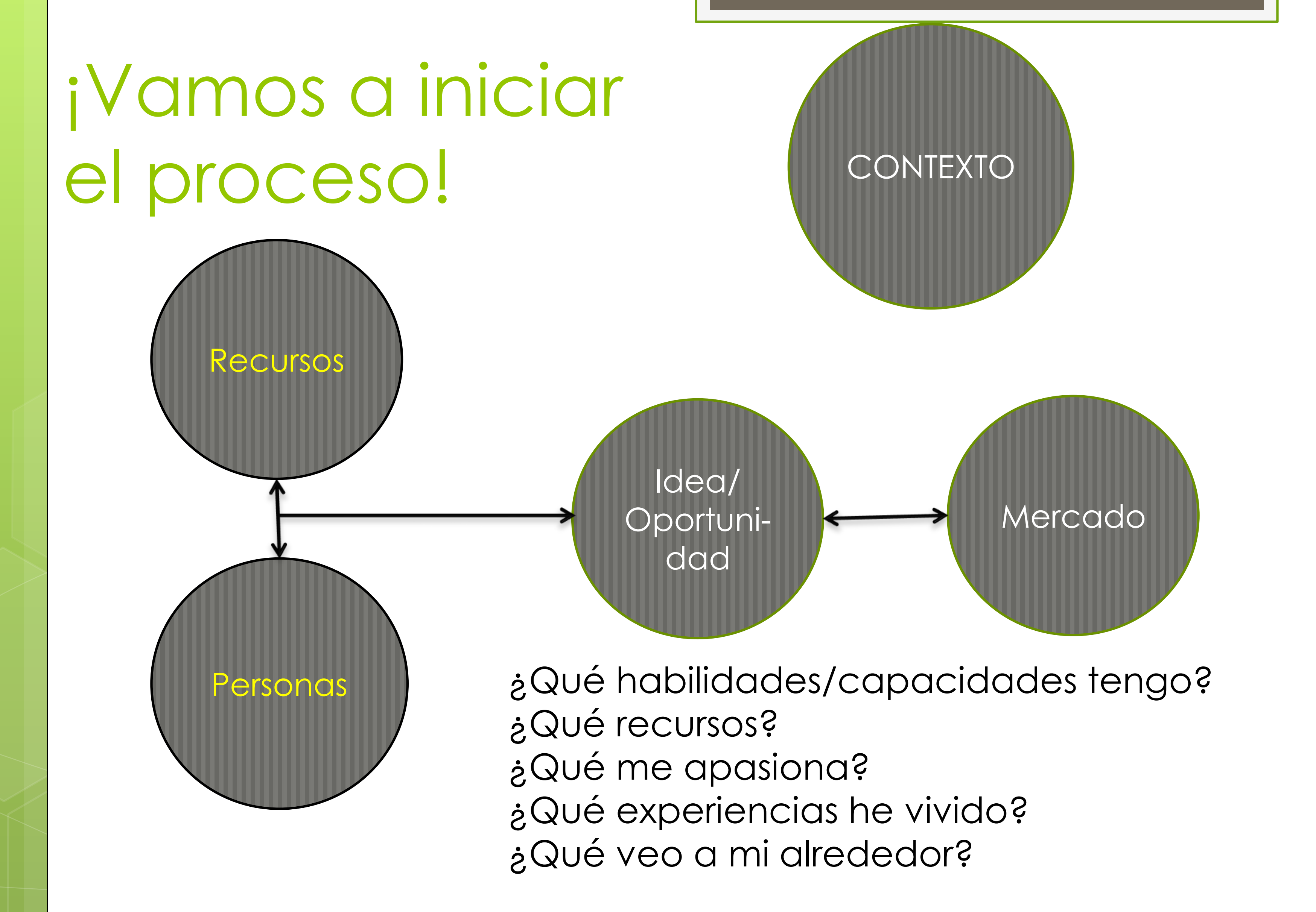
- Circunstancias personales
- Apoyo familia y amigos
- Apoyos institucionales
- Contexto económico y social

Ecosistema emprendedor

Contexto

- *Cuando quieras emprender algo, mucha gente te dirá que no lo hagas,*
- *Cuando vean que no te pueden detener, te dirán cómo lo tienes que hacer,*
- *Y cuando finalmente vean que lo has logrado, dirán que siempre creyeron en ti.*

Maxwell


PROCESO
¡Vamos a iniciar el proceso!
CONTEXTO
Recursos
Idea/ Oportuni-dad
Mercado
Personas
¿Qué habilidades/capacidades tengo?
¿Qué recursos?
¿Qué me apasiona?
¿Qué experiencias he vivido?
¿Qué veo a mi alrededor?

MUCHA SUERTE



SOLO TRIUNFA EN EL MUNDO QUIEN SE LEVANTA Y BUSCA LAS CIRCUNSTANCIAS Y LAS CREA SI NO LAS ENCUENTRA

George Bernard Shaw (1856-1950) Escritor irlandés

MUCHAS GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN

¡Muchas gracias!

mfuentes@ugr.es

Profesora de Creación de Empresas

Departamento de Organización de Empresas

Coordinadora General de Emprendimiento de la UGR